Communiqué de presse

UNE COLLABORATION ENTRE ESPACE PUB ET NIELSEN

Au sujet d'Espace Pub ASBL

Espace Pub est une association professionnelle jouant le rôle de fédération des régies médias de droit luxembourgeois. L'association est composée actuellement des sociétés Edita, Editpress, Editus, Imprimerie Centrale, IP Luxembourg, JC Decaux, Maison Moderne, publi.lux et Regie.lu.
Les membres d'Espace Pub représentent plus de 90 % des investissements publicitaires bruts réalisés sur le marché luxembourgeois.

Au sujet de Nielsen

Nielsen NV (NYSE: NLSN) est une société globale de management de la performance qui fournit une compréhension approfondie du comportement du consommateur, de ce qu'il « voit » (Watch) et « achète » (Buy). Le département Watch fournit aux clients du secteur des médias et de la publicité les données issues de la mesure d'audience, peu importe le type d'appareil utilisé pour visionner le contenu (vidéo, audio, texte). Le département Buy offre aux fabricants et distributeurs la seule vue globale de mesure de performance pour la vente au détail. En intégrant les informations provenant du département Watch et Buy ainsi que d'autres sources de données, Nielsen propose à ses clients à la fois des mesures ainsi que des analyses permettant d'améliorer les performances. Nielsen, une société S & P 500, a des activités dans plus de 100 pays qui couvrent plus de 90% de la population mondiale. Pour plus d'informations, visitez le site www.nielsen.com.



Légende : *de g. à d., arrière plan :* Daniel Troesch (publi.lux), Robert Hever (Régie.lu), Emmanuel Fleig (Edita), Jérôme Kaiser (Imprimerie Centrale), Xavier Godfrin (Editpress). *Avant plan :* Audrey Amstuz (Editus), Michele Strazzera (Nielsen) Lou Scheider (IP Luxemourg), Mathieu Legrand (Nielsen), Marie-Anne Stevens (Nielsen). Absents: Marina Zabala (JC Decaux), Francis Gasparotto (Maison Moderne).

« Luxembourg Ad'Report 2014 » :
140,3 millions euros d'investissements bruts dans la publicité en 2014
au Grand-Duché de Luxembourg

Luxembourg, le 01 juin 2015

2014 aura été une année de refonte pour la pige publicitaire luxembourgeoise, suite à la décision du gouvernement de ne plus être le commanditaire de cette étude. Le service des médias et des communications reste toutefois associé au projet. De son côté, Espace Pub (la Fédération des Régies Publicitaires au Luxembourg) a mobilisé l'ensemble de ses membres pour assurer la continuité de cette mesure indispensable au marché publicitaire national et international. Pour rappel, 30% des investissements au Luxembourg dépendent de marques étrangères.
L'Institut Nielsen qui produit depuis 2009 la pige au Luxembourg s'est vu prolonger sa mission jusqu'en 2016. Il a activement contribué aux réflexions méthodologiques faisant bénéficier Espace Pub de son expérience internationale notamment en Belgique.

Les évolutions significatives de la pige sont les suivantes :

- La pige devient entièrement déclarative pour l'ensemble des supports
  (auparavant, c'était uniquement le cas des médias audiovisuels et affichage).
  Les régies déclarent les investissements bruts selon une méthodologie validée par la fédération et NIELSEN. L'institut effectue la classification des données qui lui parviennent et s'engage à contrôler la qualité de la déclaration au moins deux fois par an.
  Pour rappel à ce stade, tous les supports mesurés sont ceux des membres d'Espace Pub. La fédération encourage bien sûr d'autres régies ou titres à les rejoindre afin de proposer une vue la plus exhaustive possible du marché.

- La pige a intégré le média Internet
  Absent jusqu'à présent de la pige, les investissements publicitaires d'Internet (classique et mobile) sont maintenant disponibles (1ère année : 2014). C'est une véritable avancée qui permet de refléter l'évolution des habitudes de média planning.

Cette étude qui mesure les investissements bruts témoigne de la pression publicitaire au Luxembourg. Dans un contexte d'optimisation budgétaire, c'est un outil professionnel indispensable aux acteurs du marché :

- les annonceurs nationaux qui connaissent ainsi la position de leurs concurrents et peuvent opérer des choix stratégiques.
- les marques internationales, pour qui disposer de ces informations est un minimum requis au moment d'investir un budget publicitaire au Luxembourg.

Les résultats seront disponibles sur base annuelle après validation par la commission technique, composée des membres d'Espace Pub, de Nielsen et d'un représentant de l'état. Les abonnés à la pige ont un accès mensuel aux résultats. L'accès se fait via une interface web appelée ADEX Adstat, moyennant des droits d'accès.
Envie d'en savoir plus ? Contactez **Monsieur Rafael Raimundo** (Confédération Luxembourgeoise de Commerce) par e-mail **rafael.raimundo@clc.lu** ou par téléphone **+352 439 444 714**

D'un point de vue résultats, les investissements publicitaires bruts au Grand-Duché de Luxembourg se sont élevés **en 2014** à **140,3 millions euros**, ce qui constitue, à périmètre égal, une **diminution de 2,04%** ou 2,9 millions euros par rapport à 2013 (143,2 millions). Ces chiffres prennent en considération tous les investissements publicitaires au Luxembourg – commerciaux et non commerciaux – et couvrent les types de médias suivants : quotidiens, hebdomadaires, périodiques, radios, TV, affichage, cinémas et folders. Notez que, puisqu'aucune donnée Internet 2013 n'est disponible, les évolutions présentées dans la suite de ce communiqué ne tiendront pas compte de ce média.

Evolution trimestrielle des investissements bruts. (en millions d'€)

	2014	2013	2012	2011	Δ 2014-2013 (en%)
Trimestre 1	33,398	36,127	38,057	38,032	-7,55%
Trimestre 2	37,725	37,682	39,072	39,061	0,11%
Trimestre 3	28,798	29,080	30,942	31,015	-0,97%
Trimestre 4	40,351	40,300	42,379	42,151	0,13%
Grand Total	**140,272**	**143,188**	**150,451**	**150,259**	**-2,04%**

En réduisant le périmètre aux **communications** dites **commerciales** (c'est-à-dire en ne tenant pas compte des offres d'emplois, des communications publiques, financières et juridiques, ainsi que des autres petites annonces et faire-part divers), le total des annonces commerciales (résultats bruts) se chiffre pour **2014** à **119,1 millions euros** contre 120,2 millions euros en 2013 ce qui constitue une **diminution de 0,92%.**

Notez enfin que par type de média, l'étude réalisée par Nielsen pour le compte de la fédération des régies médias Espace Pub, a abouti aux résultats suivants (en millions d'€) :

Média	2014	% du total	2013	% du total	Δ 2014-2013 (en %)
Quotidien	69,756	49,73%	70,548	49,27%	-1,12%
Radio	23,729	16,92%	24,507	17,12%	-3,17%
TV	12,600	8,98%	15,565	10,87%	-19,05%
Hebdomadaire	9,502	6,77%	10,386	7,25%	-8,52%
Folder	8,426	6,01%	8,214	5,74%	2,58%
Affichage	7,239	5,16%	5,501	3,84%	31,58%
Périodique	6,864	4,89%	6,642	4,64%	3,34%
Cinéma	2,156	1,54%	1,824	1,27%	18,20%
Grand Total	**140,272**		**143,188**		**-2,04%**

(*) Les chiffres « Affichage » sont impactés par le retour dans la pige 2014 de la régie publi.lux non pigées en 2013.

Annexes

Investissements publicitaires par groupe économique – annonces non-commerciales* incluses (en millions d'€)

Groupe économique	2014	% du total	2013	% du total	Δ 2014-2013
Culture, Tourisme, Loisirs, Sports	20,567	14,66%	20,321	14,19%	1,21%
Equipement, Entretien Maison, Jardin, Bureau	18,726	13,35%	19,711	13,77%	-5,00%
Distribution	18,675	13,31%	21,719	15,17%	-14,01%
Transports	16,284	11,61%	17,882	12,49%	-8,94%
Autres services	15,195	10,83%	13,915	9,72%	9,20%
Services bancaires et financiers**	8,884	6,33%	7,657	5,35%	16,02%
Habillement et Accessoires	7,307	5,21%	6,597	4,61%	10,76%
Télécommunications	6,407	4,57%	5,561	3,88%	15,23%
Boissons	2,992	2,13%	2,684	1,87%	11,48%
Beauté, Hygiène, Santé, Soins Corporels	1,332	0,95%	1,027	0,72%	29,79%
Energie, Ressources et Combustibles	1,174	0,84%	1,455	1,02%	-19,36%
Alimentation	1,147	0,82%	1,426	1,00%	-19,54%
Divers	0,218	0,16%	0,079	0,06%	176,99%
Agriculture et Industrie	0,154	0,11%	0,143	0,10%	8,24%
Univers non commercial*	21,207	15,12%	23,012	16,07%	-7,84%
Grand Total	**140,271**		**143,188**		**-2,04%**

** les avis financiers, les avis officiels, les avis familiaux, les petites annonces, le marché de l'emploi et les communications juridiques*

Investissements publicitaires par groupe économique – annonces commerciales uniquement (en millions d'€)

Groupe économique	2014	% du total	2013	% du total	Δ 2014-2013
Culture, Tourisme, Loisirs, Sports	20,567	17,27%	20,321	16,91%	1,21%
Equipement, Entretien Maison, Jardin, Bureau	18,726	15,73%	19,711	16,40%	-5,00%
Distribution	18,675	15,69%	21,719	18,07%	-14,01%
Transports	16,284	13,68%	17,882	14,88%	-8,94%
Autres services	15,195	12,76%	13,915	11,58%	9,20%
Services bancaires et financiers**	8,884	7,46%	7,657	6,37%	16,03%
Habillement et Accessoires	7,307	6,14%	6,597	5,49%	10,76%
Télécommunications	6,407	5,38%	5,561	4,63%	15,23%
Boissons	2,992	2,51%	2,684	2,23%	11,48%
Beauté, Hygiène, Santé, Soins Corporels	1,332	1,12%	1,027	0,85%	29,79%
Energie, Ressources et Combustibles	1,174	0,99%	1,455	1,21%	-19,36%
Alimentation	1,147	0,96%	1,426	1,19%	-19,54%
Divers	0,218	0,18%	0,079	0,07%	176,99%
Agriculture et Industrie	0,154	0,13%	0,143	0,12%	8,24%
Grand Total	**119,065**		**120,175**		**-0,92%**

(**) Le groupe économique « Services bancaires et financiers » est ici apuré du sous-secteur « Emission de titres et fonds » dont les investissements publicitaires sont considérés comme ayant un caractère non-commercial.

Top 20 des investisseurs en 2014

Ranking 2014	Annonceur	Ranking 2013
1	Cactus	(1)
2	P&T Luxembourg, Post Luxembourg	(6)
3	Banque et Caisse d'Epargne de l'Etat - BCEE	(4)
4	Mobel Martin	(3)
5	Tango Service	(5)
6	De Miwwel & Kichechef	(2)
7	Peugeot	(8)
8	Autodistribution Losch	(10)
9	Mobel Alvisse	(9)
10	Renault	(12)
11	Banque Raiffeisen, Caisse Raiffeisen	(16)
12	Orange	(14)
13	Saturn Luxembourg	(13)
14	Lidl	(19)
15	Auchan	(20)
16	Luxair	(21)
17	BGL BNP Paribas	(15)
18	Nissan	(18)
19	Ford	(17)
20	Asport	(26)

La liste des titres repris dans l'étude actuelle est la suivante

HEBDOMADAIRES	QUOTIDIENS	CINEMA
Bingo	Luxemburger Wort	LE RESEAU NATIONAL
Contacto	Tageblatt	
Jeudi (Le)	Lëtzebuerger Journal	
Lëtzebuerger Land (D')	Zeitung vum Lëtzebuerger Vollek	
Lux-Post	Quotidien (Le)	
Revue	L'essentiel	
Télécran	**INTERNET (2015)**	
Woxx	Editus.lu	
PERIODIQUES	Eldoradio.lu	
Auto-Moto	Lessentiel.lu	
AutoRevue	Luxweb.lu	
Autotouring	Paperjam.lu	
City Magazine	Rtl.lu	
Delano	Tageblatt.lu	**AFFICHAGE**
Echo de l'Industrie	Wort.lu	Abribus JC Decaux
Flydoscope	**TELEVISION**	Affichage Utopolis
Gaart an Héem	RTL Télé Lëtzebuerg	publi.lux
Handwierk (D')	**RADIOS**	**FOLDERS**
Merkur	RTL Radio Lëtzebuerg	Lux-Diffusion
Monde Diplomatique (Le)	Eldoradio	I-Mail
PaperJam	Radio Latina	